

Eduardo Pezzi

48 anos, casado. 2 filhas

Telefone: (54) 3226-1380 | Celular: (54) 99943.1060

CRA/RS: 29.968 | CPF: 883362120-00

e-mail: [eduardo@edupezzi.com.br](mailto:eduardo@edupezzi.com.br)

site: [www.edupezzi.com.br](http://www.edupezzi.com.br)

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/edupezzi/>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0655802451875275>

## Resumo:

Especialista e Mestre em Marketing e Marketing e Business Analytics, com mais de 25 anos de desenvolvimento de estratégias em centenas de empresas de nível global como Buscapé Company e Governo Federal. Minha trajetória de 20 anos começou na Administração sempre olhando o Marketing como profissão do futuro.

Criei o conceito de marketing que foi validado academicamente, os 3 pilares do marketing digital e o livro Markethink.

Professor convidado de MBA em diversas Universidades, keynote speaker, Business Development Strategist, especialista em Data Science Marketing, mentor de startups e pesquisador nas áreas de comportamento do consumidor, transformação digital, futuro do marketing, data drive e inteligência artificial.

## Alguns trabalhos:

- Planejamento de Marketing e Turismo de Nova Petrópolis, estruturação do Dpto de Turismo e captação de turistas.
- Founder e CEO da Growth.buy, Startup de análise de carteira de clientes com algoritmo próprio para aumento de fidelidade e retenção de clientes.
- Susin Francescutti: Desenvolvimento do Plano de Marketing e ações com estrutura e apoio da Fundação Dom Cabral, criação de estratégias para mercado internacional, novos canais e digitalização do negócio, focado no final do motor a diesel e pensar a empresa para eletrificação.
- Projeto Parcerias empresariais do TrinoPolo: consultor de marketing e business de 5 startups desde a ideação, MVP e lançamento.
- Professor de Marketing para Startups e mentor de mais de 20 projetos.
- Buscapé Company: considerada a 10ª maior empresa do mundo de internet e tecnologia. Contratado para dar consultoria no projeto nacional Flag.me que visa levar uma nova ferramenta mobile com recursos de geolocalização para que os consumidores possam receber em seu celular as melhores ofertas locais. Desenvolvimento das vantagens para canais de marketing, consumidores finais e para firmar parcerias de negócio com a Buscapé e Bcash.
- Plano municipal de turismo de Nova Pádua.
- Vinícola Jolimont: Plano de Marketing e estruturação do e-commerce desde 2009, com crescimento de 10x no período,
- CVB Foz do Iguaçu: Reestruturação da gestão e estratégias do Convention e Visitors Bureau, maior do país com apoio de Itaipu,
- Ministério do Turismo e Ministério do Desenvolvimento Agrário Programa Talentos do Brasil Rural:

o O projeto foi criado para implementar ações conjuntas que busquem identificar, ordenar, promover e fortalecer a relação entre a agricultura familiar e a atividade turística. A ideia é inserir produtos e serviços da agricultura familiar no mercado turístico, agregando valor à oferta turística brasileira. Para isso, identifica e qualifica produtos da agricultura familiar e apoia a estruturação de roteiros turísticos que compreendam, dentre outros, empreendimentos rurais onde os turistas possam vivenciar a produção da agricultura familiar. É resultado do Acordo de Cooperação Técnica entre o Ministério do Turismo e o

Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA). Consultoria de intervenção em marketing, inovação e produção associada para 53 cidades e 400 empreendimentos.

- Planejamento, criação, e implantação do site [www.automalink.com.br](http://www.automalink.com.br). Site de e-commerce especializando em venda de produtos de automação comercial e AIDC. Tendo sociedade no projeto.
- Criação do Espaço Diletto. Projeto com o intuito de diferenciação no canal de vendas, tendo como objetivo principal sair da guerra de preços, forte no mercado colchoeiro.
- Assessoria na criação da Rede Mais Diletto, uma rede com foco nas lojas de móveis classes CD. Principal objetivo levar valor a estas para que se tornem competitivas diante dos magazines.
- Construção do Plano de Marketing e de Comunicação da Diletto Colchões e estratégias de reposicionamento com diferenciais competitivos, agregando valor ao mix de produtos e melhorando a percepção do consumidor;
- Viver Aposentadorias, estruturação mercado e apoio no desenvolvimento de franqueabilidade e expansão.

## **Formação:**

2023 – MBA em Marketing Analytics e Inteligência Artificial

2019 – Especialista em Pensamento exponencial pela Singularity University

2013 – Mestre em Turismo e Marketing de Experiência - UCS

2009 – Pós-graduado em Marketing Estratégico pela ESPM-POA – Escola Superior de Propaganda e Marketing.

2006/2 – Conclusão do curso de Administração com ênfase em Marketing na

Faculdade da Serra Gaúcha - FSG

1994 – 3º ano Ensino médio (Colégio Irmão José Otão)

1998-2000 – Comunicação Social habilitação em Jornalismo (UCS- 4 semestres)

2006 – Associado à ABRAIC (Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva)

## **Experiência Profissional:**

2023 – Sócio da ALT Grupo – Agência de Marketing digital e Data Analytics de Porto Alegre.

2019 – CEO e founder da Growth.buy

2013 – Professor de MBA ESPM, UNIFACs, FTEC, FSG, UNOESC.

2010 – Coordenador do Curso de Marketing da Faculdade Anglo Americano em Caxias do Sul

2009-2018 – Professor de Marketing e Administração.

2007 – Sócio Diretor da Automalink Automação Ltda, site de e-commerce do segmento de Automação Comercial (vendida no final de 2008).

2006 – Proprietário do Escritório de Consultoria Advanced MKT – Consultoria em Estratégia e Marketing Ltda.

2006 – Analista de Inteligência Competitiva.

2005-2006– Studio Uno Propaganda – Atendimento e planejamento de estratégias mercadológicas e de comunicação.

2004 – Studio Uno Propaganda – Diretor de Arte. Participando da criação de campanhas publicitárias.

2002-2004 – Assessor de Comunicação do Grupo Educacional Mutirão, com mais de 9000 alunos de pré-escola até faculdade, passando por Pré-Vestibular e EJA.

1998-2002 – StudioDesign Propaganda - Arte Finalista e posteriormente Diretor de Arte, atuando em todas as áreas da criação.

1995-1998 – Sulcópias Digital Center Gráfica expressa – (Editoração Eletrônica). Criação de materiais para público em geral, ex: cartazes, cartão de visita, catálogos e impressões em geral.

### **Cursos Adicionais:**

2018 – Data Science e social cracking para análise de tendências em ambiente digital – CAPPRA Data Lab.

2018 – Data Science marketing - ESPM

2018 – Startup de A a Z

2006 – Participante do I Congresso Ibero-Americano de Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento (1 semana em Curitiba)

2005 - Como ser um consultor de empresas - ESPM - Porto Alegre

2001 – Marketing Empresarial – CDL/SEBRAE – Caxias do Sul

### **Habilidades Adicionais:**

- Amplo conhecimento em Internet, Plataformas PC e Macintosh;
- Liderança e trabalho em equipe;
- Ética;
- Persistência;
- Velocidade na execução de tarefas.

### **Conhecimentos de Consultoria em:**

Modelagem e estruturação de Startups, MVP, MVS, Service Startup, Sprint,

Planejamento de Marketing: Estruturação de planejamento de marketing com foco no mercado de atuação atual e definição de mercados futuros.

Comportamento do Consumidor: análise dos atuais clientes e consumidores com o objetivo de entender e atender suas atuais necessidades e desejos e prever futuras alterações.

Novos mercados: Estruturação de um plano orientado ao mercado, que servirá para a definição de inovações, alterações mercadológicas e novos nichos de mercado, necessárias para a perpetuação da empresa em seu mercado ou em novos.

Marketing Digital: Alinhamento das estratégias empresariais com as novas ferramentas digitais para melhor aproveitamento destas, aumentando o relacionamento, mensurabilidade das ações e engajamento dos clientes/consumidores.

Comunicação: Definição das estratégias comunicacionais da empresa alinhadas ao planejamento de marketing.

Treinamento mercadológico: Sensibilização dos funcionários quanto ao que é Marketing, sua importância e como orientar a empresa para uma visão mercadológica. (ver Palestras e Cursos)

Implantação do conceito RFV: Construção de uma metodologia que ajuda no entendimento do comportamento de compra dos atuais clientes para segmentá-los internamente, oferecendo produtos e promoções mais assertivas e personalizadas. Desta metodologia pode-se enquadrar os clientes em até 144 grupos distintos.

E-commerce: Diagnóstico e implantação de e-commerce como novo negócio e canal de vendas.

## **PALESTRAS:**

Inteligência Artificial e Marketing

Marketing do Futuro e Futuro do Marketing

Sua empresa não é Competitiva e você não sabe disso

Transformação Digital

Marketing digital para Destinos.

Neuromarketing: Razão, emoção e Instinto. Como fazer o mercado escolher você.

O Uso das tecnologias como diferencial competitivo em Marketing.

Marketing Digital – Importância das novas mídias para o marketing e para o comportamento do consumidor.

Afinal, sua empresa precisa de marketing?

Marketing para micro e pequenas empresas.

Da commodity à era da experiência.

O novo comportamento do consumidor.

Como saber se minha ação em sites de compras coletivas geraram resultados.

## **CURSOS:**

Data Literacy

Startup Marketing

Pesquisa de marketing em ambientes digitais

O que é Marketing?

Orientando à empresa para o mercado

Implantando o conceito de RFV

Marketing para micro e pequenas empresas

Planejamento de Marketing

Marketing Digital

Marketing de Serviços

Marketing de Relacionamento

Endomarketing

Comportamento do Consumidor

Inteligência Competitiva

E-mail marketing, como obter resultados.

Obtendo, através do marketing, resultados de longo prazo anunciando em compras coletivas.

### **Idiomas:**

Inglês intermediário.

Espanhol básico.

### **Tema do trabalho de Conclusão Graduação:**

Avaliação do grau de orientação para o mercado e a relação com a lucratividade.

### **Tema do trabalho de Conclusão Pós-Graduação:**

Plano de Marketing Vitivinícola Jolimont e novas oportunidades de negócio

### **Tema do trabalho de Conclusão Mestrado:**

Turismo de Experiência: Um estudo sobre as dimensões da experiência memorável.